

CEO.Table: Impact Index 12

Im Sturm der Märkte: Jochen Hanebeck

CEO-Impact-Index von Media Tenor: CEO-Image, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Arbeitgeber-Image, Investitionen in F&E sowie Wertschöpfung



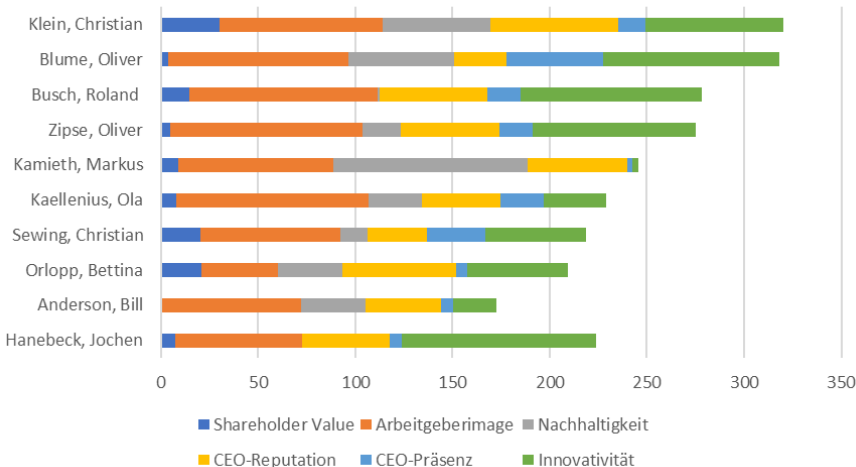
Basis: 25.193 Berichte in den ausgewerteten Leitmedien (TV, Hörfunk, Wochenpresse, Wirtschaftsmedien, Tageszeitungen) über DAX40-Unternehmen,

Dr. Matthias Vollbracht
m.vollbracht@mediatenor.com
+49 151 237 19 786

Hanebeck beeindruckt mit Innovativitäts-Anstrengungen

Gesamtranking der DAX40 CEOs (1-11/2024) über der Wahrnehmungsschwelle

Gesamtscore TableCEO-Ranking



Über der
Wahrnehmungs-
schwelle

Unter der
Wahrnehmungs-
schwelle

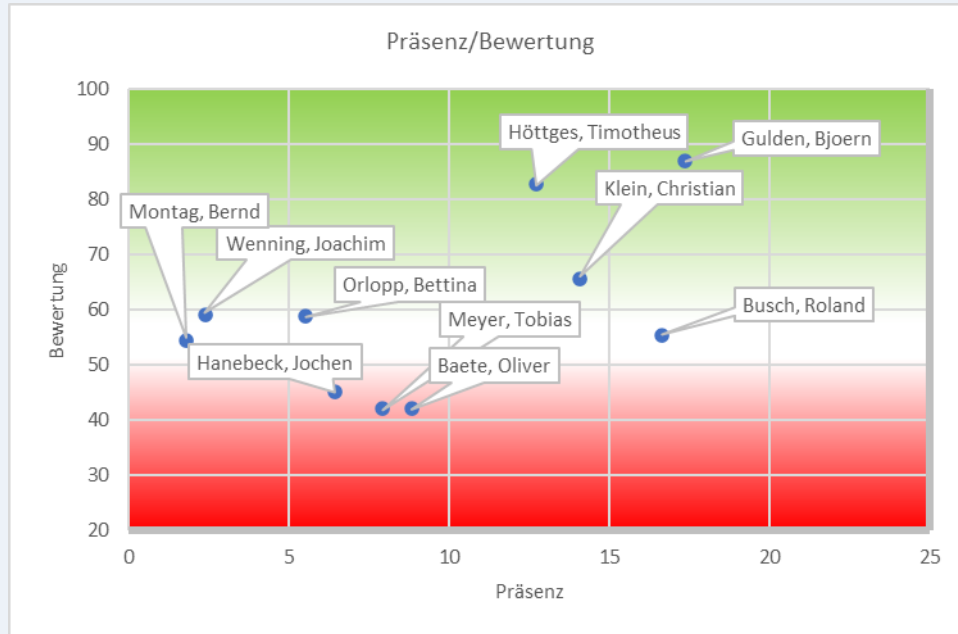
10 externen Partner/Experten:

Alexander Antonoff, CI, Ffm
Dr. Claudia Conen, HGF,
Deutscher Leasingverband, Berlin
Gabriele Eick, Aufsichtsrätin, Ffm
Dr. Joachim Faber, ESMT Institut, Berlin
Prof. Dr. Guido Friebel, Goethe Uni Ffm
Frieder Gamm, Verhandlungsexperte, Stuttgart
Richard Gaul, Acatech, Berlin
Prof. Dr. Reint Gropp, MPI IW Halle
Christian Heller, CEO Value Balancing Alliance, Ffm
Jürgen Hogrefe, Kommunikations-Experte, Berlin

Mit 224 von 550 möglichen Punkten im CEO.Table-Ranking ist Jochen Hanebeck unter den CEOs der DAX-Unternehmen relativ stark positioniert, wenngleich seine Sichtbarkeit unter der Wahrnehmungsschwelle liegt. Er kann sich auf ein gutes Arbeitgeberimage bei Absolventen und eine starke F&E-Aktivität stützen. Mit Blick auf Shareholder Value und CEO-Präsenz zeigten sich zuletzt Schwächen.

Hanebeck beim CEO-Image im positiven Mittelfeld

Medienimage ausgewählter DAX40 CEOs (1-11/2024)

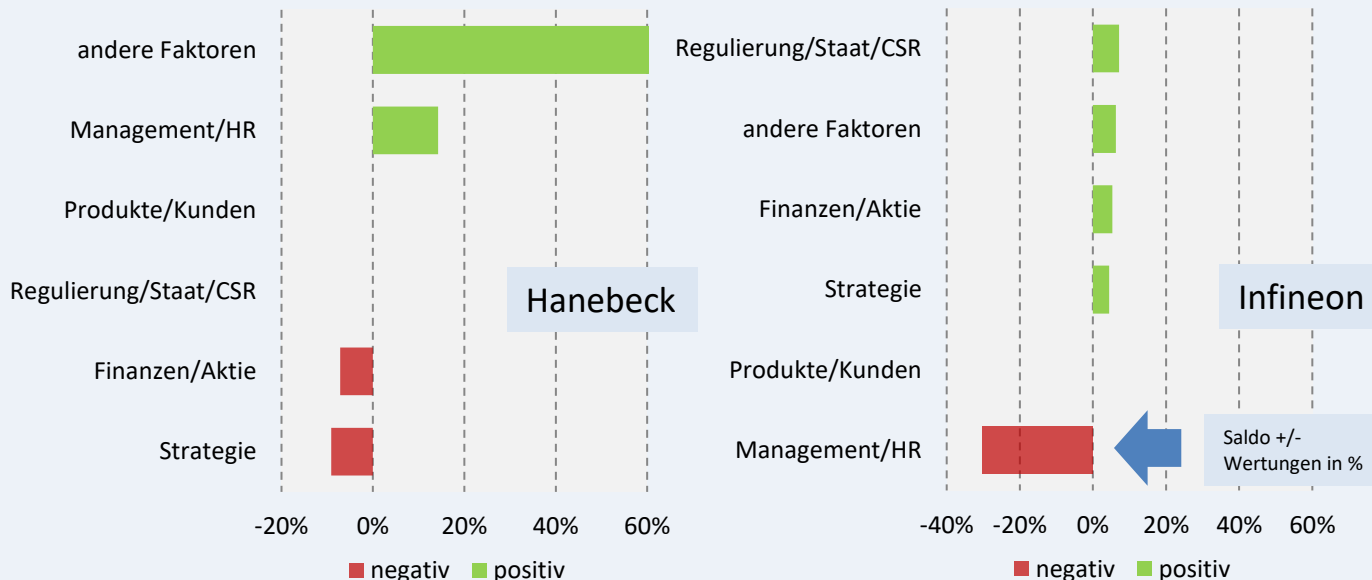


Präsenz: Max.
50 Punkte
Bewertung:
Max.
100 Punkte

Mit 45 von 100 Punkten in der Kategorie CEO-Bewertung liegt Jochen Hanebeck im guten Mittelfeld. Seit 2022 im Amt, muss er angesichts der Turbulenzen der Weltwirtschaft und im Markt noch Überzeugungsarbeit für seine Strategie leisten. Bei der Präsenz liegt er mit 6,5 Punkten von 50 noch in einer Liga, in der es schwer ist, wirksam Einfluss auf das Konzern-Image und bei Branchenthemen zu nehmen.

Entlassungen belasten 2024 das Unternehmensimage

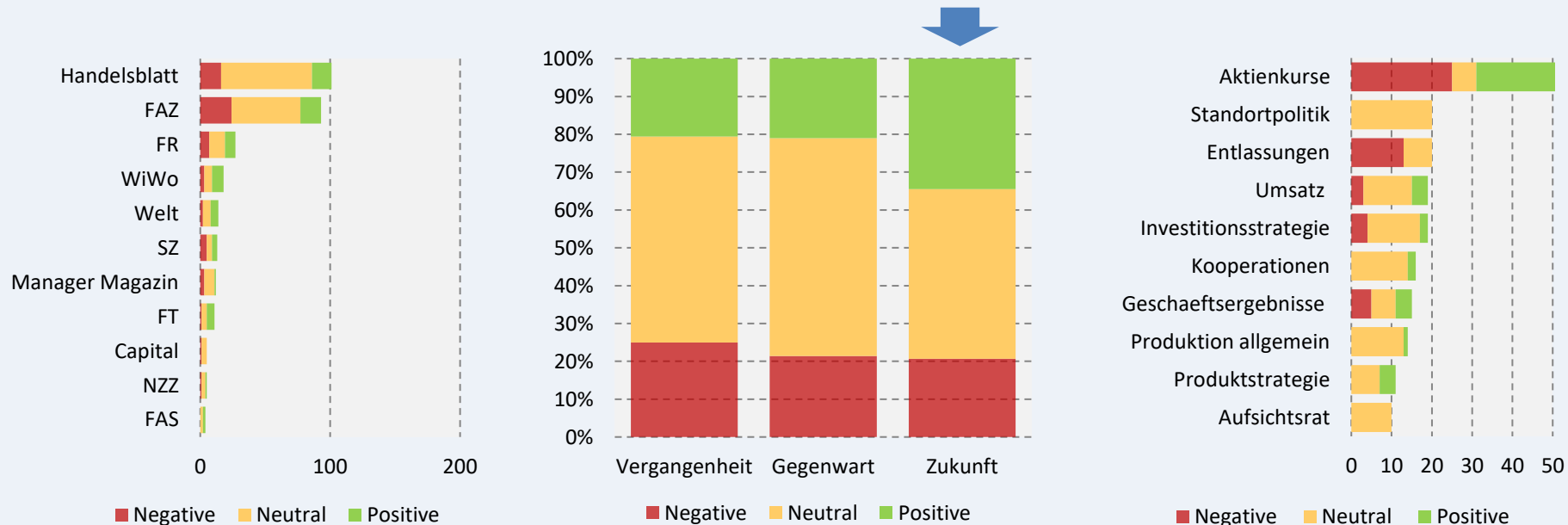
CEO-Reputation Jochen Hanebeck / Corporate Reputation Infineon 1-11/2024: Imagefaktoren



Infineon ist ohne Zweifel ein Industry-Champion. Angesichts des oft beklagten Rückstands Europas bei IT gegenüber den USA oder Taiwan steht Infineon unter besonderer Beobachtung der Leitmedien. Der angekündigte Personalabbau schlägt sich 2024 stark auf das Image des Unternehmens nieder. Bei Hanebeck gibt es vereinzelt Kritik zum Erwartungsmanagement beim Shareholder Value.

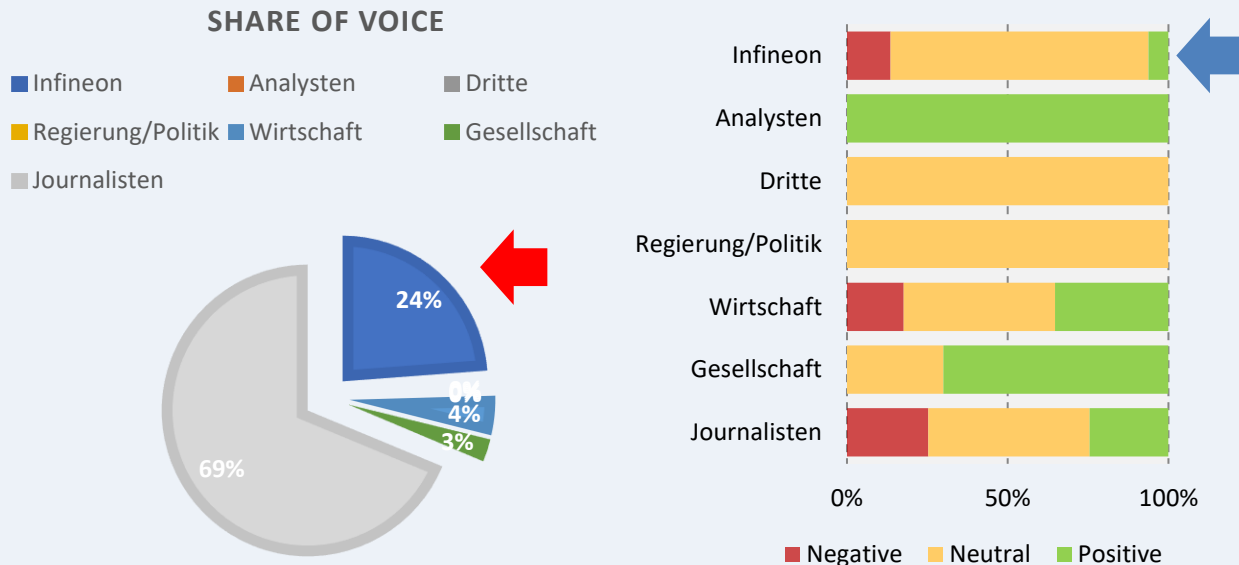
Zuversichtlicher Vorausblick hält, aber Lage unter Erwartungen

Medienbewertung Infineon 1-11/2024: Medien/ Zeitbezug / Top-Imagefaktoren



Priorität: Share of Voice ausbauen

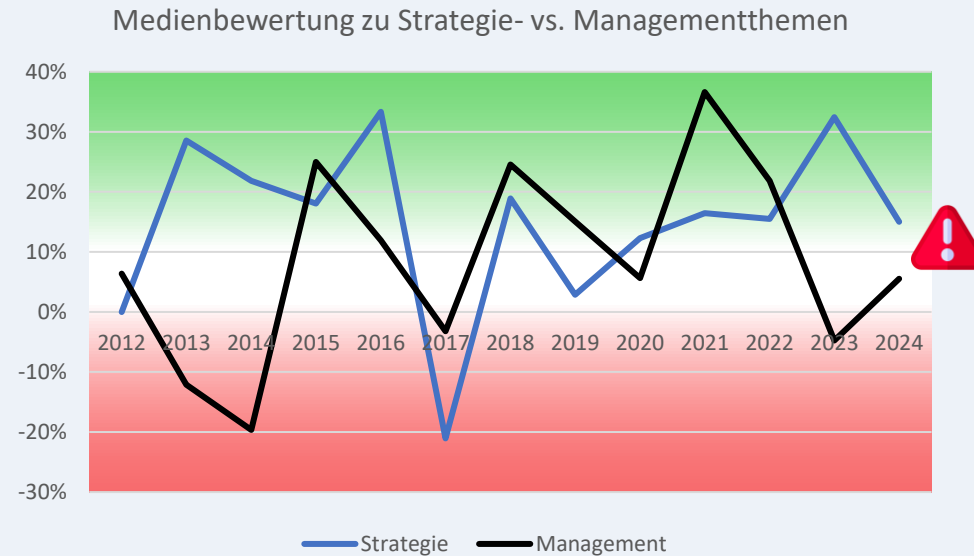
Share of Voice Infineon 1-11/2024 und Bewertung nach Urhebern in Leitmedien



Angesichts der turbulenten Börsen und der Schwäche der wichtigen Abnehmerbranche Automobil kann das Urteil Dritter das Narrativ über Infineon stark beeinflussen. Ein Share of Voice von über 35 Prozent könnte ein wirksames Gegengewicht bilden, aktuell ist nur jeder vierte Beitrag hauptsächlich durch O-Töne geprägt.

Risiko: Vertrauensverlust in die Strategie

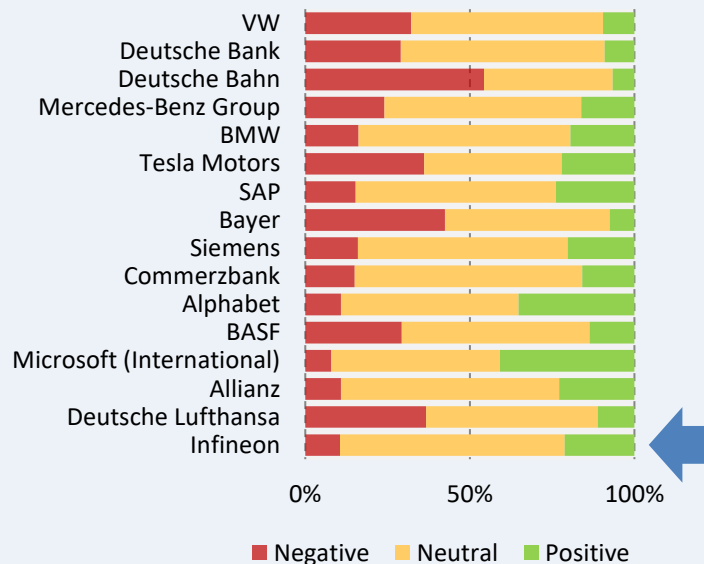
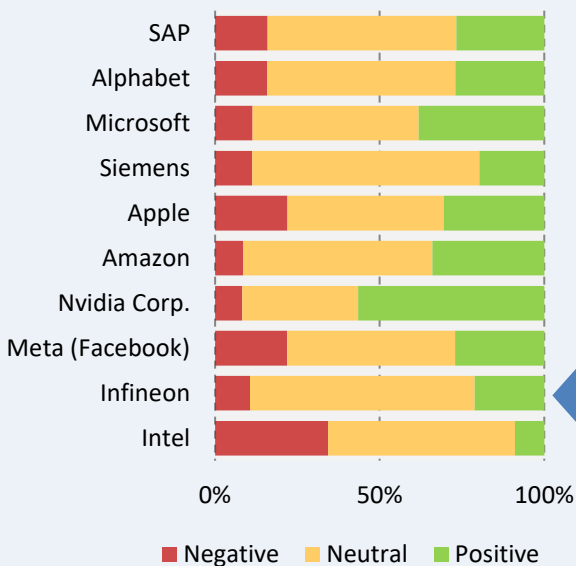
Medienimage Infineon 2020-2024



Normalerweise hängt die Bewertung der Strategie in den Leitmedien eng mit der des Managements zusammen. 2024 ist es gelungen, das Image des Managements wieder zu verbessern, aber die Bewertung der Strategie ist kritischer geworden. Wie kann Hanebeck belegen, auf dem richtigen Kurs zu sein?

Leitmedien sehen einige US-Technologiefirmen positiver

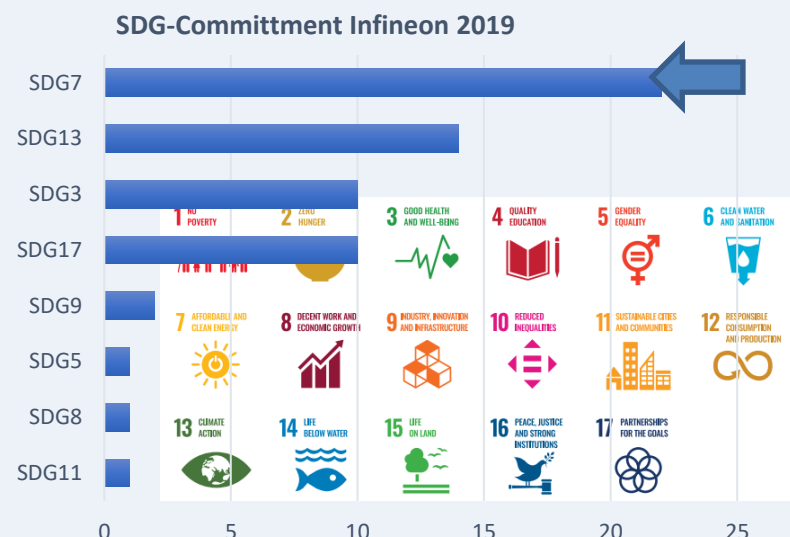
Bewertung Infineon im Branchenvergleich und Gesamtberichterstattung 1-11/2024 (Auswahl / Top-15 + Infineon)



Trotz mancher Kritik und Schwächen sehen die Leitmedien 2024 insgesamt einige US-Technologietitel mit Blick auf den Erfolg und die Innovationskraft vorn, vor allem Microsoft mit den KI-Themen sowie Nvidia. Amazon profitiert von der starken Entwicklung bei Clouds. SAP wird hier im B2B-Bereich auch als erfolgreich eingestuft. Das zeigt, wie wesentlich Produktthemen mit der Erfolgswahrnehmung verbunden sind. Hier hapert es bei Infineon.

Infineon im Geschäftsbericht mit den SDG-Themen verwoben

Finanzgeschäftsberichte: Informationen zu den UN-SDG(Themen) 2019



CEO.Table-Ranking 2024

In der Beweispflicht: Jochen Hanebeck

- Jochen Hanebeck ist im CEO.Table-Ranking 2024 in der Kategorie DAX40 ein Top-Manager unter Beweispflicht. Das CEO.Table-Ranking basiert auf der Tatsache, dass Reputation Chefsache ist. Reputation ist Vertrauen, welches auf Erfahrung gegründet ist. Dabei spielt die Eigenerfahrung genauso eine Rolle wie die vermittelte Erfahrung in den Leitmedien. Das CEO.Table-Ranking setzt sich zusammen aus fünf Dimensionen:
 - (1) CEO-Image (Bewertung und Präsenz),
 - (2) Arbeitgeber-Image beim Nachwuchs (Universum-Ranking),
 - (3) strategisches Nachhaltigkeitsmanagement (SDG-Positionierung im Finanzgeschäftsbericht),
 - (4) Innovationsstärke (Eisbach-Partners-Ranking) und
 - (5) Shareholder Value (Aktienperformance 2024).
- Voraussetzung ist die Präsenz des Unternehmens über der Wahrnehmungsschwelle. Hier hat Infineon in 2024 noch nicht genügend Kontinuität.
- Jochen Hanebeck ist seit 2022 im Amt und in einer Zeit angetreten, in der die Leitmedien Infineon „in Hochform“ (Handelsblatt) sehen. 2023 sehen die Medien primär zuversichtliche Signale, 2024 dann aber überraschend Sparkurs und Hinweise auf eine Branchenkrise, wobei gleichzeitig ein starker Fokus auf Shareholder Value kommuniziert wird.
- Aus Sicht der Medien ist Infineon grundsätzlich stark im Feld von F&E aufgestellt, das Potenzial von Galliumnitrid wird aufgegriffen. Infineon hat zudem eine starke Arbeitgebermarke bei Top-Talenten und Hanebeck durchaus ein positives Image als Führungskraft.
- Herausforderungen für die CEO-Kommunikation 2025 sind:
 - Vertrauen in das Unternehmen erhalten – wo ist Infineon anders und innovativer als Intel?
 - Die wachsenden transatlantischen Spannungen, die erhebliche Risiken für die US-Tätigkeit bergen – wirtschaftlich und reputationsseitig.
 - Der wenig ausgeprägte Produktfokus in den Leitmedien, der die Image-Differenzierung erschwert.
 - Die Stärkung des Arbeitgeberimages wenn zugleich Personal abgebaut wird.



Unabhängige Experten-Sicht: Alexander Antonoff, CI-Experte; Frankfurt am Main

Infineon muss politischer werden!

Europas größter Chiphersteller ist medial zu oft abwesend – das ist riskant.

Energie fließt, wenn die Anode mit der Kathode verbunden ist. So viel ist aus dem Physikunterricht in Erinnerung. Bei Infineon, Europas größtem Chiphersteller, weiß man das sicher besser. Und Jochen Hanebeck muss es eigentlich am allerbesten wissen. Schließlich hat der Mann Elektrotechnik studiert, ist seit bald 30 Jahren im Unternehmen und seit 2022 CEO des DAX40-Unternehmens.

Doch Jochen Hanebeck fliegt mit Infineon medial unterhalb der Wahrnehmbarkeit. So klar, so eindeutig ist die Analyse der Präsenz des Unternehmens in meinungsbildenden Medien von Media Tenor. Das ist riskant – und vollkommen ungerechtfertigt. Riskant, weil Infineon Chancen verpasst, Botschaften zu platzieren und gleichzeitig Reputation und Sympathie in Politik und Öffentlichkeit aufzubauen. Ungerechtfertigt, da Infineon nicht irgendein Unternehmen ist. Als Zulieferer für die Herstellung diverser Tech-Produkte von E-Autos bis Smartphones ist es für Europas Wettbewerbsfähigkeit unverzichtbar. Wer weiß schon, wie viel Infineon-Technologie in Marken wie Tesla oder Apple steckt?

Schmerzhaft bewusst wurde dies während der Corona-Krise, als Lieferketten weltweit unter Druck gerieten. Weshalb die Europäische Union entschieden hat, mit dem Chip Act den Anteil der heimischen Chipproduktion von unter zehn Prozent bis 2030 auf 20 Prozent zu steigern. Investitionen und Subventionen kommen so unter anderem auch dem Standort Dresden zugute. In „Silicon Saxony“ investiert Infineon in Milliardenhöhe massiv in Produktion und Forschung & Entwicklung, flankiert von entsprechenden Subventionen.

Was klar macht: Chips sind hochpolitisch. Und nun kommt die Physik ins Spiel: Infineon muss die Energie zwischen Wirtschaft und Politik besser medial nutzen. So wie die Spannung zwischen Anode und Kathode. Die Unternehmensmission, eine Zukunft zu schaffen, die das Leben einfacher, sicherer und umweltfreundlicher macht, muss und kann mit Leben gefüllt werden. Hierfür braucht es viel mehr starke Bilder und Visionen, wie eine bessere Zukunft konkret aussehen soll und kann.

Sprich, neben dem Physikunterricht kann beim Spannungsaufbau Grundwissen aus den Humanwissenschaften wie Kunst oder Literatur – also den Kreativitätstechniken für Geschichten, Fantasie und Vorstellungskraft – nicht schaden. Wirkungsvolle Kommunikation wird nun mal nur eng am Menschen entlang für Menschen interessant, relevant und nachvollziehbar. Vom Arbeitsplatz bis hin zum Nutzer eines chipbasierten Tech-Produktes. So kann ein ständiger Quell an medialer Präsenz mit Nachrichten und Geschichten im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Politik erzeugt werden. Die Agenda kann dabei gleich bleiben: Wirtschaft und Politik, Werte und Wettbewerbsfähigkeit, sind zwei Seiten einer Medaille.

Vollkommen in die richtige Richtung ging unlängst ein Post von Jochen Hanebeck auf LinkedIn, in dem er sich für Demokratie und gegen Populismus einsetzte. Sein Aufruf: Die Chance, die der Kontinent Europa bietet, zu nutzen, um unsere Zukunft aktiv zu gestalten. Anders als die anderen in Englisch und im Stil eher technisch gehaltenen Posts zum Business, wendete sich Hanebeck hier auf Deutsch fast ein wenig pathetisch an die Leser. Fast, als ob sich hier zwei Menschen zu Wort melden. Um mehr mediale Energie zu erzeugen, sollten beide Welten wie Anode und Kathode mehr verbunden werden.

Kriterien für das CEO.Table-Ranking 2024

Sichtbarkeit Unternehmen	Daten	Kriterium	Transformation	Skala
Sichtbarkeit Unternehmen	Berichte in Leitmedien 1-11/2024	Anzahl über/unter der Wahrnehmungsschwelle	0/1	0/1
Präsenz CEO	Berichte in Leitmedien 1-11/2024	Anzahl Berichte	# Beiträge absolut, Normierung	0-50
Bewertung CEO	Berichte in Leitmedien 1-11/2024	Saldo +/- Wertungen in %	Saldo +/- Wertung in Prozent, Normierung	0-100
SDG-Positionierung	SDG-bezogene Statements im Geschäftsbericht 2010-2021	Zahl der SDG-Statements	Ø SDG-Statements pro Jahr, Normierung	0 - 100
Arbeitgeber-Ranking Unternehmen	Universum-Befragung 2024	Ergebnis-Rang bei Wirtschaftswissenschaften und Ingenieuren	Verwendung des besten der beiden Ränge; Score: 101-Rang	0-100
Shareholder Value	Aktienkurse Schlusskurs 29.12.2023 vs. 9.12.2024	Differenz Schlusskurs Xetra	Zuwachs/Verlust in % =Schlusskurs2023/Schlusskurs2024*100-100, Normierung	0-100
Innovationsstärke	Eisbach-Partners DAX-Innovationsstudie 2024	Steigerung Umsatz, EBIT, F&E-Ausgaben; Anteil F&E-Ausgaben am Umsatz 2023	Verwendung des Gesamtscores über die Kriterien, Normierung und Spiegelung; Imputation fehlender Werte (Ø)	0-100

Kontakt

Media Tenor International AG

Roland Schatz

Lüssrain 96

CH – 6300 Zug

r.schatz@mediatenor.com

Tel.: +41 55 284 5109

Dr. Matthias Vollbracht

m.vollbracht@mediatenor.com

Tel.: +49 151 237 19 786

